

富山県インバウンド向け情報発信事業業務委託仕様書

1 趣旨

外国人旅行者の考えや嗜好等の変化に対応し、旅行需要を確実に取り込むため、インバウンド向けにHP及びSNS情報発信を行う。

情報発信にあたっては、市場毎に有効な SNS 情報発信媒体を活用し、デジタルデータの解析や各媒体のデータ解析を行いつつ、より旅行者のニーズに沿った情報を継続的に発信するとともに、県内各地を取材し作成した記事を HP 上で公開し、エンゲージメントの更なる向上（ユーザー確保）に努める。

また、SNS を通じて確保したユーザーを、外国語版富山県観光 HP へ誘導し、「興味・関心」を更に高めるとともに、必要に応じて観光事業者の HP や OTA サイトなどへ誘導し、具体的な「検討・予約」への導線を整えるなど、SNS デジタルマーケティング効果の最大化を目指す。

2 委託業務名

富山県インバウンド向け情報発信事業業務委託

3 委託業務の期間

契約の日から令和9年3月31日（水）まで

4 重点市場

東アジア（中国、台湾、香港、韓国）、東南アジア（タイ、シンガポール、インドネシア 等）、欧米豪

5 業務内容

(1) 外国語版富山県観光 HP の運用業務（特集記事の作成、翻訳）

- ・重点市場の外国人旅行者の嗜好を踏まえ、本県の魅力をアピールできる特集ページを企画し、ライティング・写真を特集記事として投稿すること。
- ・原則として5言語（英語、韓国語、簡体字、繁体字、タイ語）で特集記事を投稿すること。
- ・記事内容については、下記の点に留意すること。
 - (イ) 本県の豊かな自然、食、歴史文化、人々の暮らしなど多彩な魅力を情報発信すること。
 - (ロ) 「絶景」「体験」「食」「伝統文化」などテーマを設定し、デジタルデータ解析を通じ、ターゲット層を絞った訴求力のある企画構成とすること。
 - (ハ) 発信する観光素材は、本県における旬のもの、新しいもの、注目されているもの、日常風景など知られていないが魅力的なものを中心とし、本県への観光の目的となりうる素材を選定すること。また外国人旅行者に訴求可能な地域独自の生活、文化、産業等も取り入れること。
- (ニ) 各市場におけるニーズを整理した上で、ユーザーにとって有用な情報を発信すること。
- (ホ) カメラマン、編集者、出演者、ライター（翻訳含む）等の選任は受託

者が行うものとし、ページ内の文章の作成にあたっては、観光ウェブサイトでのライティング経験を有するネイティブライターを1人以上起用すること。

- (へ) 観光素材提供先に掲載目的または意図を伝えたいうえで、掲載許可をとること。また掲載する素材については著作権の確認をとること。

(2) SNS 運用業務

① 県公式 SNS の管理運営及び記事の作成・投稿

- ・原則として5言語（英語、韓国語、簡体字、繁体字、タイ語）で SNS での情報発信を行うこと。
- ・県公式 SNS アカウントを管理し、記事の作成、投稿及びコメントの返信等運営に関する業務を行うこと。
- ・県公式 SNS アカウント以外で、より効果的に情報発信が可能な媒体がある場合は提案すること。

(参考) 令和7年度運用 県公式 SNS アカウント及び言語

媒体	言語	アカウント名	URL
Facebook	英語	Travels in Toyama Japan	https://www.facebook.com/TravelsinToyamaJapan/
	繁体字	Visit Toyama - 日本富山縣 観光指南	https://www.facebook.com/visit.toyamapref.japan
	タイ	Visit Toyama - ไทยามะ ญี่ปุ่น	https://www.facebook.com/VisitToyama.Japan/
Instagram	英語	Visit Toyama (@toyama_visit)	https://www.instagram.com/toyama_visit/
	韓国語	Visit Toyama 도야마 일본 (@toyama_visit_korea)	https://www.instagram.com/toyama_visit_korea/
Weibo	簡体字	日本富山县观光 (@japan_toyama)	https://www.weibo.com/toyamajapan?refer_flag=1001030101_
Wechat	簡体字	富山县观光 (@toyama-japan)	

- ・通常投稿として、各アカウントにおいて定期的に記事の作成及び投稿を行うこと。
- ・通常投稿は、本県の豊かな自然、食、歴史文化、人々の暮らしなど多彩な魅力を発信する内容とすること。また、SNS を通じて確保したユーザーを、公式サイトや観光事業者の HP、OTA サイトなどへ誘導し、具体的な「検索・予約」に繋がるよう工夫すること。
- ・投稿に関して、下記の点に留意すること。
 - (イ) UGC (User Generated Contents) についても効果的に活用すること。なお、UGC の活用にあたっては必ずユーザーの同意を得るものとし、使用に関する交渉等は受託者において行うものとする。
 - (ロ) 具体的なスポットに言及する投稿の際は「場所を追加」から当該スポ

ットの位置情報（またはその場所・店舗などの Instagram アカウントや Facebook アカウントが存在する場合はそのアカウント）を追加するとともに、ストーリーズ投稿時はストーリーズスタンプからリンクを用いて公式サイトなど詳細な情報が取得できるページ URL を掲載すること。

- (ハ) 具体的なスポットでなくテーマや季節などに言及する投稿について、詳細情報を提供する公式サイトテーマページ、特集ページなどが存在する場合は、そのリンク URL を掲載すること。
 - (ニ) 観光素材提供先に掲載目的または意図を伝えたいうえで、掲載許可をとること。また掲載する素材については著作権の確認をとること。
 - (ホ) その他発注者からの投稿依頼事項が発生した場合、速やかに対応すること。
- ・スポット投稿として、発注者等からの投稿指示があった場合、迅速な翻訳及び投稿を行うこと。この場合、投稿内容や素材については、発注者等から提供するものとする。
 - ・新規アカウントの開設や既存アカウントの更新、廃止に係る手続きについて、必要に応じて発注者等と調整のうえ対応すること。

② SNS リール用縦型動画撮影

- ・各記事の取材時等に、SNS 用の縦型動画を撮影し、各 SNS 媒体で投稿すること。

(3) 広告配信

- ・各 SNS 媒体において、SNS 上の機能を活用し、フォロワー数やリーチ数等の増加を促進する広告配信を行うこと。
- ・広告配信先については、各 SNS 媒体に蓄積されているユーザーのデモグラフィック情報や、「いいね」や「シェア」といった SNS 上でのユーザーの行動データとの掛け合わせ等を踏まえ、発注者と協議のうえ決定すること。
- ・その他、効果的な広告配信手法、配信媒体があれば提案すること。

(4) その他

- ・(1)、(2)、(3)に限らず、情報発信の効果を最大化させることのできる手法や内容がある場合は提案すること。

6 投稿及び配信回数

「5 業務内容」に示す各業務について、情報発信の効果を最大化させることのできる回数を企画提案書で具体的に示すこと。

なお、令和7年度における県観光公式 HP 及び SNS の運用状況は、本プロポーザルの参加を申し込んだ者に、別に示すものとする。

7 KPI の設定

(1) HP 特集記事

- ・アクセス数等の KPI を設定すること。そのほか、独自に提案する指標があれば

ば、効果検証に関するスキームとともに KPI として設定すること。

(2) SNS 運用業務

- ・各媒体におけるフォロワー数、エンゲージメント率等の KPI を設定すること。
そのほか、独自に提案する指標があれば、効果検証に関するスキームとともに KPI を設定すること。

(3) その他

- ・広告配信やその他の手法について、効果検証に関するスキームとともに KPI を設定すること。
- ・KPI で示した各種数値を達成した場合も、予算総額の限り、事業効果の最大化を目指して事業を継続すること。

8 効果測定及び評価業務

- (1) PDCA サイクルに基づいた事業効果の最大化を図るため、本事業の効果測定に関するスキームを事業開始前に設定すること。
- (2) 事業開始後は、特集記事及び SNS 媒体ごとの指標を設定・分析し、状況に応じてターゲットの変更、絞り込み等の改善を定期的実施すること。
- (3) 発注者に対しては、事業効果の測定と測定結果に基づいた改善策をまとめたレポートを月に 1 回提出するとともに、分析結果や改善策について協議を行うこと。レポートिंगにあたっては、誘客ターゲットの明確化やプロモーションの最適化など、今後の情報発信につながるような分析を行うこと。

9 事業運営会議

毎月 1 回発注者等を交えた定例会議を行い、実施事業の効果を分析した結果を報告するとともに、次月以降の事業実施計画等について協議すること。

10 月に実施する定例会議については、毎月の定例会議の報告内容に加え、中間報告会として委託契約締結の日から 9 月までの実績等について取りまとめた結果についても報告すること。

10 成果品の納入

委託業務完了時には、下記に掲げるものを発注者へ提出すること。なお、電子媒体については、可能な限り USB 等の電子記録媒体（以下「電子媒体」という。）に記録し提出すること。

- (1) 提出物 下記提出物の電子データについては、電子媒体に集約して格納しても構わない。
- (2) 業務完了報告書（指定様式） 紙媒体 1 部及び電子媒体 1 枚
- (3) 実績報告書（任意様式） 紙媒体 1 部及び電子媒体 1 枚
- (4) その他発注者が必要と認めた資料等（紙媒体 1 部、電子媒体 1 部）
- (5) 本事業で撮影した写真・動画等のデータ

11 その他

- (1) 本事業に関する事項について、機密を厳守し、無断で他に漏らしたり、利用してはならない。

- (2) 本事業で取り扱うこととなる個人情報の管理は適切に行うこと。
- (3) 受託者は、著作権、特許権、その他日本国又は外国の法令に基づき保護される第三者の権利の対象となっているものを使用する場合、その使用に関する一切の責任を負わなければならない。
- (4) 事業履行の成果について生じた著作権、内容に関する著作権は、第三者から利用許諾を受けて使用するものを除き、県に帰属するものとする。
- (5) 受託者は事業を履行するにあたり、第三者に損害を与えたときは、その損害の賠償を行うものとする。
- (6) 受託内容に疑義が生じた場合は、その都度県と協議の上、その指示に従って進めること。
- (7) 本仕様書に定めのない事項については、受注者と県が必要に応じて協議するものとする。
- (8) 本仕様書はプロポーザル用であり、契約候補者とは内容を別途協議の上、契約を締結する。
- (9) 本事業は、国の交付金を活用した事業であることから、会計検査等の対象となるので、必要に応じて、証拠書類等の提出を求める場合がある。